



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ (Weekly News from Nordics)

รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ณ กรุงโคเปนเฮเกน

11 – 15 พฤษภาคม 2558

ภัตตาคารในกรุงโคเปนเฮเกนได้รับรางวัลการออกแบบตกแต่งภายในระดับโลก

การประกาศผลรางวัลการออกแบบระดับโลก The International Design Awards (IDA) ได้ประกาศให้ภัตตาคารในกรุงโคเปนเฮเกน Llama Restaurant & Bar ได้รับรางวัลชนะเลิศประเภท Gold ไปครองจากการประกาศผล IDA ประจำปี 2014 นี้

ภัตตาคาร Llama Restaurant & Bar ได้รับรางวัลชนะเลิศประเภท Professional Interior Design – Conceptual ในขณะที่อันดับที่ 2 (Silver) ตกไปที่ภัตตาคาร Katana Restaurant ในกรุงดูไบ, สำนักงานใหญ่ Adidas ประเทศจีน และบริษัท Dentsu Aegis Network สำนักงานใหญ่ประเทศจีน

รางวัลนี้เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2550 โดย Farmani Group มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมการออกแบบเพื่อความยั่งยืน (smart and sustainable multidisciplinary design) และเพื่อค้นหาความสามารถใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในวงการสถาปัตยกรรม การออกแบบตกแต่งภายใน สินค้า กราฟฟิก และการออกแบบแฟชั่น (Architecture, Interior, Product, Graphic, and Fashion Design)

ภัตตาคาร Llama Restaurant & Bar นี้ บริหารงานโดยกลุ่มบริษัท Cofoco และดำเนินการออกแบบโดย Jakob Lange (BIG) และ Lars Larsen (KILO) Creative Advisors: Bjarke Ingels (BIG) และ Jonas Hartz (HZ) ซึ่งภัตตาคารแห่งนี้เป็นหนึ่งในภัตตาคารแรกๆ ในเดนมาร์กที่นำเสนอรสชาติของทวีปอเมริกาใต้ โดยใช้แรงบันดาลใจจากประเทศเปรู อาร์เจนตินา โบลิเวีย เอกวาดอร์ ชิลี และเม็กซิโก

เมนูที่นำเสนอแก่ลูกค้า มีส่วนประกอบของ ceviches, anticuchos, เนื้อสไตร์อูร์กัวย ทาโก้ และเครื่องดื่มสปิริตของอเมริกาใต้ ทุกรายการที่ ภัตตาคารนี้ได้ผสมผสานกลิ่นอายของอาหารในภูมิภาคนอร์ดิกส์ได้อย่างลงตัว

หลายปีที่ผ่านมา พื้นที่ในภัตตาคารอยู่ในชั้นใต้ดินที่ปกคลุมไปด้วยความมืด นักออกแบบ Larsen และ Lange ได้ปรับปรุงพื้นที่ให้มีพื้นที่เปิดโล่ง และสามารถเชื่อมต่อไปยังเมืองได้อย่างมีชีวิตชีวา ผงังและพื้นเรียงรายไปด้วยกระเบื้องซีเมนต์ในแบบฉบับเม็กซิกัน (handcrafted Mexican cement tiles) โดยได้รับอิทธิพลการออกแบบที่

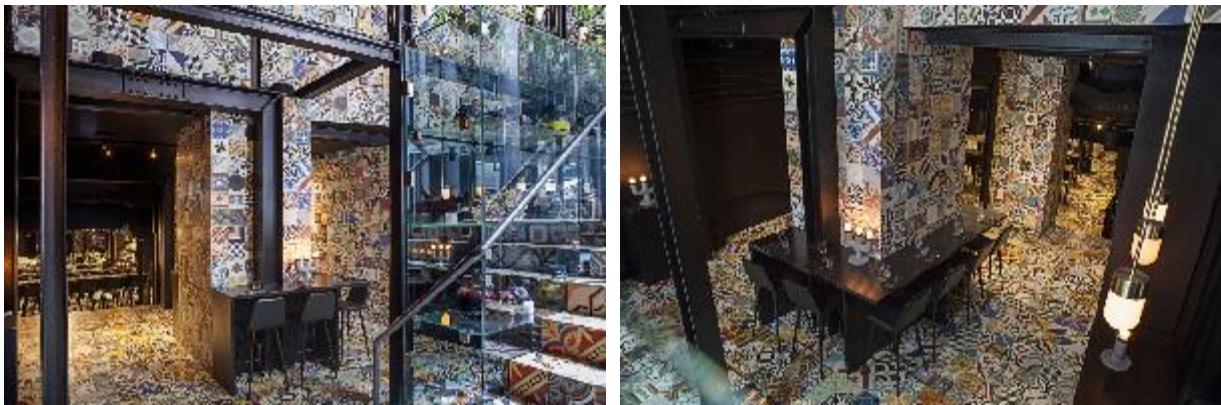
Weekly News from Nordic

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

โดดเด่นจากละตินอเมริกา ผสมผสานกับแนวทางการออกแบบที่คลุกๆ ของกรุงโคเปนเฮเกน ใช้กระเบื้องที่มีสีสันสดใส ผสมกับเฟอร์นิเจอร์สีด้า ผนังสีเขียว และติดตั้งไฟทองเหลือง ร่วมกันสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเชื่อมโยง ประสบการณ์ตลอดทั้งร้านอาหาร

BIG Partner Jakob Lang กล่าวว่า ทีมงานนักออกแบบต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่โดดเด่น โดยการรวมสองวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ผสานสีสันทัน และภาพลักษณ์ในการสร้างร้านอาหารที่มีความรู้สึกความเป็นสากล รวมเข้ากับมรดกจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย

ทั้งนี้ ภัตตาคารนี้สามารถรองรับลูกค้าได้ 180 ที่นั่ง จำนวน 2 รอบ/คืน มีส่วนรับประทานอาหารแยก ออกเป็น 3 ส่วน และส่วนบาร์เป็นหัวใจของภัตตาคาร



ภายใน ภัตตาคาร Llama Restaurant & Bar Photo: Idesignawards

หากมองกลุ่มภัตตาคารไทยนั้น กลุ่มภัตตาคารไทยในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับใหญ่ๆ ได้แก่ ภัตตาคารไทยระดับบน ภัตตาคารไทยระดับกลาง และร้านอาหารไทย Take Away ลักษณะการ แต่งร้านภัตตาคารไทยระดับบนนั้นขึ้นอยู่กับแนวทางของแต่ละร้านที่ต่างกันไป เช่น การแต่งร้านแบบไทยเดิม (Traditional Thai style) ไทยร่วมสมัย (Thai – modern) หรือร่วมสมัย (Modern) ภัตตาคารที่จัดว่าอยู่ในระดับบน เช่น KIIN KIIN ภัตตาคารไทยแห่งแรก และแห่งเดียวในต่างประเทศที่ได้รับรางวัล Michelin Star ภัตตาคาร Blue Elephant และ Khun Juk ที่ได้รับรางวัล Thai Select Premium จากกรมฯ ตั้งอยู่ ณ กรุงโคเปนเฮเกน และ ภัตตาคาร Plah ณ กรุงออสโล ประเทศนอร์เวย์ ที่ได้รับการแนะนำจาก Michelin Guide ภัตตาคาร Farang ในกรุง สตอกโฮล์ม และกรุงเฮลซิงกิ อาหารมีการตกแต่งและนำเสนอแก่ผู้บริโภครอย่างสวยงาม รสชาติดี บางแห่งมีการ ผสมผสานอาหารท้องถิ่นเข้าไปด้วย และมีการพัฒนารายการอาหารเป็นระยะๆ ตามแนวโน้มผู้บริโภค แนวโน้มแฟชั่น ของอาหาร (Food trends) และฤดูกาล ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งราคาเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,000 โครน/คน) ขึ้นอยู่กับ ค่าเงินโครนท้องถิ่นในประเทศนั้นๆ

การออกแบบตกแต่งเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนว ทางการออกแบบ Danish design/Scandinavian design ที่โดดเด่นระดับโลกของเดนมาร์ก และกลุ่มประเทศ

Weekly News from Nordic

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจ เท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไป ใช้ไม่ว่าโดยทางใด

นอร์ดิกส์ที่ใช้เป็นจุดเด่นในการขายสินค้า/บริการ และนอกจากการออกแบบตกแต่งภายในแล้ว เมนูอาหารถือเป็นปัจจัยสำคัญของผู้ประกอบการภัตตาคารในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ ซึ่งอาหารถือเป็นสินค้าในกลุ่มแฟชั่นที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นส่วนประกอบที่ใช้ในการปรุงอาหาร การประดับตกแต่งอาหาร สีสนที่ใช้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนา และตื่นตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดอยู่ตลอดเวลา

ผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนธุรกิจในเดนมาร์กหรือกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ เว็บไซต์สำนักงาน <http://thaicom.dk/th/market-information/> หรือติดต่อที่อีเมล ditp@thaicom.dk



(รูปขวา) ลักษณะการตกแต่งอาหารของภัตตาคาร Farang กรุงสตอกโฮล์ม/(รูปซ้าย) ภัตตาคาร Plah กรุงออสโล
Photo: Farang Stockholm Facebook/Plah Bar Facebook

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน
พฤษภาคม 2558

แหล่งข้อมูล

<http://www.aok.dk/restaurant-og-cafe/koebenhavnsk-restaurant-kaaret-til-verdens-flotteste>

<http://idesignawards.com/winners/zoom2.php?eid=9-9317-15&count=2&cat=Conceptual>

Weekly News from Nordic

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด